Comment s'y retrouver dans la jungle des labels ?

La résilience. Du sens pour une plus juste croissance. Voilà ce que cherchent beaucoup d'entreprises, bouleversées par la crise sanitaire. Les labels RSE, réponses partielles aux enjeux sociétaux et environnementaux, font donc florès. Mais pour en faire un levier d'attractivité, encore faut-il en comprendre les rouages.

Temps de lecture : minute

---

22 février 2022

Pandémie, COP26, rapport du GIEC, évolution des réglementations… C'est ce cocktail explosif qui est, en grande partie, à l'origine de l'intérêt croissant des entreprises pour les labels RSE. "*Les obligations de reporting RSE sont en train de se développer un peu partout, en particulier au niveau européen et français*" , souligne Valérie Touchon, chief impact officer de l'organisme d'évaluation Ecovadis. Depuis deux ans, ses carnets ne désemplissent pas, "*pour photographier à l'instant T et sans jugement, l'entreprise*" , tout en lui proposant des pistes d'amélioration.

Entrer dans un processus d'évaluation de sa responsabilité sociétale, c'est donc prendre une longueur d'avance sur une réglementation qui, de toute façon, s'imposera un jour, tout en répondant aux attentes des clients et des collaborateurs. Les entreprises ont en effet obligation, depuis la loi relative à la croissance et à la transformation des entreprises du 22 mai 2019, dite loi Pacte, de prendre en "*considération les enjeux sociétaux et environnementaux de leur activité*". D'accord, mais par où commencer ?

Une demi-douzaine de certifications et labels différents

"*Il y a au moins une demi-douzaine de labels RSE pertinents pour les entreprises françaises de toutes tailles,* détaille Alexis Godinot, expert en certification BCorp et Ecovadis. *Chacun a ses spécificités et ses éléments différenciant, utiles pour certains projets et pas pour d'autres.*" Tout est donc question de contexte et d'objectifs. Ce qui signifie qu'il faut être bien au clair avec sa stratégie et sa vision à court et moyen termes. "*Certaines sociétés me disent qu'elles sont intéressées par un label, et finalement, en cours de route, on se rend compte que ce n'est pas ça le projet*" , témoigne l'expert.

Passer en revue tous les labels RSE est ainsi le point de départ, une fois la décision verrouillée. Le choix dépend ensuite de l'action qu'on souhaite mener en priorité. Il existe des généralistes (BCorp, PME+, Lucie26000, Ecovadis, etc.) balayant un spectre large, mais aussi des locaux ("produit en Bretagne", etc.) et des sectoriels, dont le rayonnement est forcément plus ciblé. Enfin, le choix d'une certification largement reconnue à l'international peut s'avérer intelligent si l'entreprise répond à des appels d'offres à l'étranger.

BCorp, le chouchou des startups

Chez Omie, épicerie en ligne favorisant les circuits courts, la question du choix du label n'a pas été trop épineuse, assure Joséphine Bournonville, co-fondatrice de l'entreprise : "*BCorp est le label le plus reconnu, y compris à l'international !*"

Son principal intérêt ? "*Il nous engage dans une démarche d'amélioration continue. C'est une boîte à outils : gouvernance, culture d'entreprise, RH, rapports avec les fournisseurs… Il intègre de nombreuses checklists, qui*

nous permettent de voir où on peut s'améliorer" , estime l'entrepreneuse.

À lire aussi
Postes dédiés, certifications… Les startups se cherchent en matière de RSE

Le label donne aussi accès à une communauté, ajoute Stéphanie Moy, directrice communication de Too Good To Go, l'appli anti-gâchis alimentaire, également labellisée BCorp. "*Nous travaillons avec beaucoup de partenaires BCorp. Y compris notre fonds, Blisce [qui a investi 12,7 millions d'euros dans l'entreprise en 2021, ndlr]. C'est très important de pouvoir travailler avec des partenaires alignés sur nos valeurs.*"

Une démarche durable

L'accès à BCorp requiert néanmoins un véritable investissement. À titre d'exemple, Omie a attendu trois mois avant d'entrer dans la phase d'audit, après avoir rempli un premier questionnaire de certification. "*Nous avons réussi à tout faire nous-mêmes, en interne. Cela demande du temps, mais nous n'avons pas trouvé cette période si longue, car nous avions déjà une culture bien écrite et documentée*" , précise Joséphine

Bournonville. L’audit d’Omie, débuté en août 2021, s’est concrétisé par une certification en janvier 2022. Le label est valable deux ans : dans le cadre de la démarche d’amélioration continue, l’entreprise devra montrer qu’elle s’est améliorée sur les différents points. Une vérification intéressante pour éviter l’effet greenwashing ou "pétard mouillé"... dévastateur pour les collaborateurs et les partenaires.

Chez Ecovadis - une plateforme d'évaluation de la performance RSE des fournisseurs utilisée notamment par Ynsect, spécialisé en nutrition animale à base d’insectes -, le processus est tout aussi ambitieux, car c’est bien là ce que souhaitent les citoyens et la société. Le niveau de maturité RSE de l’entreprise se fonde sur l’analyse de 21 critères environnementaux, sociaux, éthique et supply chain.

Être bien accompagné

Conclusion ? Mieux vaut choisir une démarche RSE qui n’abandonne pas son bébé dans la nature ! Pour Valérie Touchon, l’accompagnement fait clairement la différence dans un processus de transformation. "*Chez Ecovadis, une équipe est dédiée à l’accompagnement des donneurs d’ordre. Même quand vous êtes Ynsect, vous avez besoin d’un guide pour comprendre les enjeux RSE et vous aider, ensuite, à mettre en place une politique d’achats responsables.*"

La démarche RSE peut toutefois représenter un coût humain et financier à bien anticiper. *“Cela peut aller de quelques centaines d’euros pour les certifications les plus abordables à 50 000 euros pour les plus grandes entreprises. Car plus l’entreprise est grosse, plus il y a d'engagements et d’exigences à remplir*" , indique Alexis Godinot.

Faut-il se servir de ces arguments comme rempart au changement ? Certainement pas, tonne Joséphine Bournonville pour qui, au contraire, "*il faut se lancer le plus tôt possible, même si on ne coche pas toutes les*

cases dès le début. Oui, ça va peut-être mettre plusieurs années, mais c'est un moyen pour s'améliorer et de passer à l'action !"

Maddyness, partenaire média de Salesforce

Article écrit par MADDYNESS, AVEC SALESFORCE